

Т. Ф. Фильчук

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

Современный публицистический дискурс в контексте постмодернистской парадигмы

Фильчук Т. Ф. Сучасний публіцистичний дискурс у контексті постмодерністської парадигми. У статті розглядається публіцистичний текст у його дискурсивній і текстотвірній функції. У широкому контексті постмодерністських філософських інтерпретацій осмислюються різні аспекти сучасного публіцистичного дискурсу, який засвоїв основну філософську категорію постмодерністської культурної парадигми – деконструкцію, що дозволила відійти від однозначних оцінок представленої в тексті дійсності. У сучасному публіцистичному тексті дійсність набуває ілюзійного характеру та з'являється як ігрова комбінація різних мов, кодів, культур, текстів. Сучасний публіцистичний дискурс підвищено інтерпретаційний, породжує нові смисли, збільшує текстові значення.

Ключові слова: публіцистичний дискурс, деконструкція, симулякр, «мовна гра».

Фильчук Т. Ф. Современный публицистический дискурс в контексте постмодернистской парадигмы. В статье рассматривается публицистический текст в его дискурсивной и текстообразующей функции. В широком контексте постмодернистских философских интерпретаций осмысливаются различные аспекты современного публицистического дискурса, освоившего основную философскую категорию постмодернистской культурной парадигмы – деконструкцию, которая позволила отойти от однозначных оценок представленной в тексте действительности. В современном публицистическом тексте действительность принимает иллюзионистский характер и предстаёт как игровая комбинация различных языков, кодов, культур, текстов. Современный публицистический дискурс повышенно интерпретационен, порождает новые смыслы, увеличивает текстовые значения.

Ключевые слова: публицистический дискурс, деконструкция, симулякр, «языковая игра».

Filchuk T. F. The modern publicistic discourse in context post-modernist paradigm. The article deals with the publicistic text in its discursive and word formatting function. In wide context of post-modernist philosophical interpretation the different aspects of modern publicistic discourse, that has assimilated the main philosophical category of post-modernist cultural paradigm – deconstruction, which had allowed to digress from the single-valued marks of actuality, that was presented, are comprehended. In the modern publicistic text the actuality takes the illusive character and appears as playing combination of different languages, codes, cultures, texts. The modern publicistic discourse is highly interpretative, gives the new senses, increases the texts meanings.

Key words: post-modernist discourse, deconstruction, simulacra, language game.

Предметом исследования является публицистический текст в его дискурсивной и текстообразующей функции. Цель статьи состоит в том, чтобы представить публицистический дискурс в его универсальной лингвофилософской природе. Актуальность исследуемой проблемы определяется новыми задачами, которые ставятся в современной лингвистике по отношению к такому объекту, как текст: на смену традиционной мыслительной парадигме, в основе которой лежит модус долженствования, пришла новая – постмодернистская, основанная на модусе возможности. Это глобальное изменение предопределяет интерес к современному публицистическому дискурсу.

В конце XX века сменились культурная и научная парадигма, система мировоззре-

ний, критерии суждений и оценок. Под воздействием эпохальных изменений и процессов меняется не только художественная литература, но и публицистика, в целом все средства массовой информации (см. работы Б. Есина, Л. Лисоченко и О. Лисоченко, С. Сметаниной, Г. Солганика и др.). Средства массовой информации, в частности пресса, изменились и внешне и внутренне – на уровне подачи материала, тематики, на языковом уровне. На современном этапе произошла деидеологизация и деофициализация содержательного наполнения средств массовой информации, снялись табу с определенного ряда тем, прежде не подлежащих обсуждению в печати, расширились источники получения информации. За последние годы мир

средств массовой информации существенно изменился по структуре, по финансированию, по экономике и по внешнему виду. Новым элементом СМИ стали электронные газеты и информационные агентства, расширяющие свою аудиторию и пытающиеся конкурировать по оперативности и скорости передачи новостей с телевидением.

На современном этапе развития информация стала одной из основных ценностей в жизни людей. Переход к «информационному обществу» (термин Ю. Хаяши) является положительным моментом и отражает объективную тенденцию нового витка эволюции цивилизации, который базируется на новых информационных и телекоммуникационных технологиях, новых потребностях и нового образа жизни. В информационном обществе происходит ликвидация дефицита в различных типах информации.

Информация в современном обществе понимается как «мера устранения неопределенности знания у получателя сообщения о состоянии объекта или о каком-то событии» [9:5]. Главным объектом управления в информационном обществе становятся символы, идеи, образы, интеллект, знания. Информация – это знания, находящиеся в постоянном обороте, движении, т.е. такие, которые собираются, хранятся, перерабатываются, передаются и используются (или могут быть использованы) общественной системой. Средства массовой информации, в частности газеты, участвуют в общем информационном процессе. Авторы газетных публикаций направляют свою деятельность не только на познание объектов реальной действительности, но и на их ценностное осмысление, на соотношение их с всеобщими культурными ценностями – правовыми, политическими, нравственными, религиозными, эстетическими, этическими, художественными. Средства массовой информации проводят целенаправленную передачу знаний, которые формируют и развивают мировоззрение, вызывают определенные мысли, чувства, желание действовать у читателя.

Получив и усвоив информацию, человек обменивается ею, анализирует ее, иногда сопоставляет, отстаивает свои взгляды, что приводит к утверждению или переосмыслению собственных позиций, пересмотру знаний о мире, изменению собственной картины мира. Средства массовой информации, отобразив общественную жизнь, одновременно

и творят ее, направляют, заставляют участвовать в ней, формируют ее духовность.

В современной антропоцентрической парадигме гуманитарного знания с неизбежностью актуализируется идеологическая природа речевой деятельности. Р. Барт высказал мысль о том, что «любой политический режим располагает своим собственным письмом, чью историю еще предстоит написать <...> Письмо представляет всякую власть и как то, что она есть, и как то, чем она кажется, оно раскрывает и то, какой эта власть является на самом деле, и то, какой бы она хотела выглядеть...» [2:317]. Идеология¹ определяет языковую картину мира. Она является текстообразующим фактором публицистического, политического, газетного дискурса. «Всякая власть тогда законна, – замечает Э. Лассан, – когда опирается пусть на провозглашенные ею, но законы, установления, пропагандируемые идеи, т.е. Тексты. Одно и то же общественное событие становится стимулом к созданию ряда Текстов» [6:6]. Любая власть выражается в языке – энкратическом – языке «доксы», который живет, развивается, получает свои характерные черты под воздействием государственных, социальных и идеологических установок; политика «есть не что иное, как кодифицированные знаки, развертываемые при помощи акта высказывания в социально-семиотический процесс – дискурсию» [6:6], а средства массовой информации с помощью языка становятся инструментом, который передает информацию, одобренную властью, проводит интересы определенных властных структур, а информация о фактах действительности получает аксиологическую оценку, соответствующий комментарий. Любая власть или все власти играют в свои «языковые игры».

Несомненно, что идеология определяет и науку, которая изучает такие явления, как газетный, публицистический, политический дискурс, предопределяет особенности взаимодействия типов общественного сознания, выкристаллизовывает определенный тип языковой личности, который овладевает правилами господствующей игры. Обобщенная языковая личность создает ту или иную текстовую парадигму. «Поскольку любая общественная активность проявляет себя прежде

¹ В данном случае под идеологией понимается теоретическое обоснование ценностей, взглядов, позиций, интересов, приоритетных в конкретный период существования общества

всего через текст, дискурс» [6:18] (черта постмодернистского мышления), то можно сказать, что «общественное сознание определенного периода материализуется в совокупности «парадигм текстов», т.е. реализует себя через смысловые инварианты, которые подвергаются разнообразному перефразированию в конкретных членах парадигмы» [6:18] средств массовой информации. Вербализованные в виде текстов в средствах массовой информации ценностные ориентации уже представляют собой некоторую зафиксированную установку, благодаря чему субъекты через средства массовой информации или осознают свою аксиологическую близость, или не принимают декларируемые ценности.

В настоящее время язык рассматривается и анализируется как средство осуществления социальной власти, как средство формирования различных мировоззрений, так как современное общество неоднородно, многообразно по количеству властных структур – политических, экономических. Структуры языка изучаются в неразрывной связи со структурами сознания его носителей.

Публицистический, газетный текст, выполняющий идеологическую функцию, опирается на ряд бинарных оппозиций (по теории деконструкции Ж. Дерриды), где одна составляющая имеет позитивный, маркированный характер, а другая – негативный. Такой структурой создается механизм власти в дискурсе, поскольку признается большая важность позитивной составляющей. Как представляется, в газетных текстах современной постмодернистской парадигмы происходит в какой-то мере снятие или десакрализация оппозиции: бинарная оппозиция, с одной стороны, как бы продолжает существовать, но, с другой стороны, она деконструируется. Суть оппозиционного существования состоит в ценностном отношении, в выявлении значения объекта действительности для субъекта, и это ценностное отношение должно быть осмыслено. С одной стороны, «в восприятии реального объекта – отмечает С.И. Сметанина, – субъект исходит из сложившихся представлений о ценностях, и оценка объекта становится определением его места в системе ценностей. Но, с другой стороны, так как ценностное отношение предполагает и осмысление факта, а всякий факт допускает многообразие форм его осмысления, журналист неизбежно добавляет в концептуальную модель тот конкретный

смысл, который объект имеет для него» [11:17–18]. Добавим: всякий читатель газетного текста осмыслит его по-своему, в соответствии с собственными взглядами, с собственным миропониманием, и «чем сложнее данное явление, и чем большее значение оно имеет в нашей жизни, тем более широкий спектр смыслов оно имеет, возбуждая постоянные споры об адекватности того или иного в процессе интерпретации. Поскольку объект сам по себе, в своем «в-себе-и-для-себя-бытии», смысла не имеет и обретает тот или иной смысл лишь в постижении и оценке его субъектом, поскольку для разных субъектов один и тот же объект может иметь разные смыслы» [5:54].

Постмодернистский дискурс включает в себя публицистику как форму общественного сознания. И поэтому правомерны различные аспекты осмысления публицистического, газетного дискурса в широком контексте постмодернистских философских интерпретаций.

Современные газетные тексты освоили основную философскую категорию постмодернистской культурной парадигмы – деконструкцию, которая позволила отойти от однозначной оценки представленной в тексте действительности, прийти к плюрализму мнений, к демократическому восприятию событий. Анализируя прессу, У. Эко заметил, «что (за исключением прогноза погоды) объективной информации не существует и существовать не может. Даже при редакционном отделении комментария от сообщения сам по себе подбор сообщений и их расположение на полосе несут в себе имплицитное суждение» [16:49]. Современность с новой культурной, научной, философской парадигмой предполагает признание приоритета творческой личности, самостоятельной в суждениях, оценках, выборе жизненных идеалов, подачи материала и использовании всевозможных языковых средств. Изменяется характер отношений между автором газетного текста и читателем: автор не навязывает свою точку зрения, а убеждает в своей правоте, обращаясь не столько к эмоциям и чувствам читателя, сколько к разуму, культурному опыту, способности проанализировать ситуацию и выработать свою позицию. Меняется речевое построение текста, развивается полемическое начало, даже монологический текст строится как внутренний диалог с воображаемым собеседником. Автор публицистического текста – это живая, конкретная

языковая личность со своим мировоззрением, жизненным опытом, поэтому такому тексту свойственна субъективная окраска, исповедальность, эмоциональность.

В современных публицистических произведениях можно отметить усиление личностной тенденции. Авторское «я» становится раскованным, раскрепощенным, эпатажным, скандальным, в какой-то мере циничным. Позиция журналиста – это позиция человека наблюдающего, оценивающего. Каждой эпохе присущ свой тип автора, со своим отношением к действительности, поэтому категория автора публицистического текста «определяет не только стиль конкретных текстов, но и стиль эпохи, того или иного периода. Каждое время характеризуется общим, совокупным представлением об авторе» [12:77], «обобщенным автором» – идеальным образом автора, вобравшим «в себя черты множества конкретных авторов данного периода» [13:35]. Современным публицистическим текстам свойствен «автор – частный человек», который стремится выглядеть близким читателю, «чурающийся высоких слов, пафоса человек, часто ироничный, скорее информатор, чем аналитик» [13:35]. Автор рассматривается как функция текста, прослеживается тождество между автором, повествователем и персонажем. Как представляется, в публицистическом тексте постмодернистская установка «смерть автора» в силу его жанровых особенностей реализуется не полностью, скорее автор превращается в маску, служащую «камертоном, который настраивает и организует реакцию *имплицитного читателя*, обеспечивая тем самым необходимую литературную коммуникативную ситуацию, гарантирующую произведение от “коммуникативного провала”» [4:7]. В современном тексте позиции автора (реальная личность) и повествователя (вымышленный образ) совмещаются, и действительность, отраженная в тексте, принимает иллюзионистский характер. Реальность предстает как игровая комбинация различных языков, культур, текстов. В постмодернистском публицистическом тексте смешиваются культурные языки, коды, происходит карнавал культур, и уже невозможно «изолировать игру, выделив «серьезное» измерение, хотя в «историческом карнавале» смех необходим для обновления серьезных, сакральных категорий. В таком тексте, совмещающем позиции автора–повествователя–персонажа, все подвергается

пародированию, выворачиванию наизнанку, снижению – в том числе и сами законы построения текста, сами правила игры, которые в результате этой трансформации теряют абсолютные значения, релятивизируются» [7:21]. В публицистическом тексте, основанном на постмодернистском миропонимании, действительность разыгрывается, она становится как бы представленной, а как бы – это кажимость, которая, по словам Н.Д. Арутюновой, «не предполагает достоверности» [цит. по 11:261]. Наверное, не все так однозначно с «как бы»: дело не в отсутствии достоверности, а, скорее, в многомерности, неоднозначности объекта/ситуации. Кажимость освобождает автора и сам текст от обоснования, аргументации. Ослабевают аналитичность публицистического текста, но возрастает его условность, «театральность». Автор, публицистический текст, читатель вступают в диалог и увлекательную игру с формой, со смыслами, участвуют в игре, иногда «даже не понимая ее, воспринимая ее совершенно серьезно» [14:461]. Реальность в публицистическом тексте имитируется, проявляет себя как симулякр, как виртуальная реальность. Ж. Бодрийар в статье «Войны в заливе не было» заметил, что «война, превратившись в информацию, перестает быть реальной войной и становится войной виртуальной» [цит. по 11:41]. Современный публицистический дискурс не отражает действительность, а моделирует ее с помощью различных языковых средств и стратегий, он как бы производит реальность второго порядка – симуляционную, т.е. отражение «глубинной реальности сменяется деформацией, затем маскировкой ее отсутствия и, наконец, – утратой какой-либо связи с реальностью, заменой смысла – анаграммой, видимости – симулякром» [8:61]. Такое представление действительности в публицистическом тексте связано не только с эстетикой постмодернистского мировидения, но и со спецификой газетного текста: в современных условиях жизни газета не может в полной мере конкурировать с телевидением, радио, Интернетом в скорости передачи информации. Авторы газетного текста сознательно обращаются к постмодернистской манере письма. Происходит перемещение акцента с того, о чем говорится, на то, как об этом говорится, поэтому в газетных текстах уже известная читателю информация оформляется в необычную форму, с помощью всевозможных языковых

средств и приемов (игры, иронии, травестирования, пародирования, пастиша, сказа, смешения языковых кодов и стилей, употребления разностилевой лексики, цитирования, интертекстуальности и т.д.).

Современные газетные тексты в новой культурной парадигме, в новых общественных условиях выполняют не только информативную функцию, но еще и рекламную.

Публицистические тексты связаны с новыми типами творческого сознания, характерными для постмодернистской культурной парадигмы с ее пристальным вниманием к языку как источнику получения новой информации о мире. Они переносят акцент с осмысления своей роли как социального института на текстовую деятельность, на способы своего формирования, на использование приемов эстетики постмодернизма. Основой текстовой деятельности является язык – своеобразный код, состоящий из особых знаков, которые связывают мир с человеком и человека с миром. У. Эко заметил, что языком «следовало бы назвать систему, которая объясняет себя путем последовательного разворачивания все новых и новых конвенциональных смыслов» [15:53]. В ходе текстовой деятельности возникают новые смыслы и оценки, которые ориентируют в процессах, событиях, происходящих в реальном мире, дают новые знания о языке и о мире. Особенность текстовой деятельности публицистики заключается в том, что при использовании знаков, адекватных информации в тексте, слово может трансформироваться, оригинальное значение высказывания исказиться, а значит, может увеличиться количество интерпретаций, смысловых полей, может измениться понимание текста, возникнут так называемые «шумы» (непредусмотренные автором варианты понимания) [11:36], что приведет к неадекватному, иногда противоположному, восприятию текста и коммуникативному провалу.

Публицистический текст в современной культурной и общественной парадигме изменился. «Характер этих изменений определяется сегодня полилогом разных культурных языков, контрастными стилистическими регистрами, столкновением нормативного и аномального, разными типами сознания, в том числе и художественными» [11:12].

Обращение прессы к новым темам, к новым жанрам, к новым источникам информации дали толчок к созданию принципиально

новых текстов, к поиску новых языковых эквивалентов, передающих новое содержание. В современных публицистических текстах нет жесткой функциональной соотносительности: стандарт выполняет информационную функцию, экспрессия – воздействующую; для них характерно чередование разных по окраске языковых средств, в их отношении к выполнению основных функций – информирования и воздействия, эмоционально-экспрессивный аспект, «наслаиваясь на объективно коммуникативный аспект высказывания (то есть на его номинативный аспект), подкрепляет его» [3:647]. Медиа-текст, используя диалектику формы и ее открытости для реализации собственных творческих интенций и вовлечение в творческий процесс адресата, побуждает вступить в диалог с миром [11:54]. Созданные подобным образом публицистические тексты не дают оснований для однозначного отнесения используемых речевых явлений к стандарту или экспрессии, а сами фрагменты текста к информационным или воздействующим. По мнению С.И. Сметаниной, такой «нефиксированный в этом отношении смысл и является стилеобразующей чертой современного публицистического текста» [11:54]. Необходимо отметить, что снижаются представления о нейтральном, стилистически не маркированном в текстах публицистических произведений.

В современных текстах понятие нормы – языковой, этической – становится нулевым, а язык «средоточием тех процессов, которые происходят в разных сферах русского языка, от областей высоких и нейтральных до сниженных, даже грубых, пронизанных элементами жаргона и просторечия» [10:91]. Поэтому современные газетные тексты неоднозначно оцениваются исследователями, журналистами, читателями. Одни считают, что исчезли критерии этических оценок, нередко игнорируются моральные и языковые нормы, непозволительным способом ведется полемика. Пресса старается удержаться за счет эпатажности, сенсационности, иногда развязности, которые выражаются не только в содержательном плане, но и предполагают соответствующее языковое наполнение. По мнению других исследователей, происходит постепенное становление и формирование новых норм, оценок, языковых средств. Постмодернистский публицистический дискурс начинает вырабатывать собственные стандарты и клише, но этот процесс только на-

чался. В 90-х годах XX века исследователи постмодернистских текстов начали говорить о кризисе метода, который проявился в авторских самоповторах, в использовании одних и тех же вторичных текстов. «В журналистике же, — замечает С.И. Сметанина, — подобные повторы, переходя из текста в текст, становятся естественным для газетного языка строительным материалом (клише) и способствуют тиражированию метода» [11:91]. Появилось множество клишированных выражений, используемых как в заголовках, так и в самом тексте, основанных на цитатном мышлении. Такие клише часто используются в современных публицистических текстах, при этом они утрачивают новизну восприятия, поэтому в тексте чаще всего различные заготовки (клише) подвергаются определенной модификации. При этом модификация, с одной стороны, не должна лишать текст узнаваемости, а, с другой стороны, должна вводить элемент непредсказуемости, разрушая устоявшийся образ; цель такого ввода — выбить человека (читателя) из стереотипа восприятия.

В новом культурном пространстве снимается идея контраста, на смену ей приходит масштабное осмысление, которое проявляется и в публицистическом тексте. Новое содержание, новые смыслы создаются за счет

оригинального использования языка как знака. «Причем это новое возникает не только как результат игры автора с существующими знаками, но и читателя, осваивающего правила игры: сознательно «закладывая» в текст возможности возникновения новых смыслов, мастера слова надеются на обнаружение их читателем» [11:68]. Поэтому современный публицистический текст повышенно интерпретационен, порождает новые смыслы, увеличивает текстовые значения, и это увеличение происходит не за счет объема информации, а в результате игровых соотношений между разными структурами текста. Задача исследователя заключается в том, чтобы «попытаться уловить и классифицировать (ни в коей мере не претендуя на строгость) отнюдь не все смыслы текста (это было бы невозможно, поскольку текст бесконечно открыт в бесконечность: ни один читатель, ни один субъект, ни одна наука не в силах остановить движение текста), а скорее те формы, те коды, через которые идет возникновение смыслов текста» [1:425–426], те ассоциативные поля, связи, сверткостекстовые организации значений, культурные наслоения, которые составляют текст, благодаря которым он существует, которые выполняют смыслопорождающую функцию.

Литература

1. Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика / Р. Барт ; [пер. с фр.]. — М. : Прогресс, 1989. — 616 с.
2. Барт Р. Нулевая степень письма / Р. Барт // Семиотика. — М., 1983. — С. 306—349.
3. Гак В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. — 768 с.
4. Ильин И. П. Стилистика интертекстуальности: теоретические аспекты / И. П. Ильин // Проблемы современной стилистики. — М., 1989. — С. 86—207.
5. Каган М. С. Философская теория ценности / М. С. Каган — СПб. : Петрополис, 1997. — 205 с.
6. Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР / Э. Лассан. — Вильнюс : Изд-во Вильнюс. ун-та, 1995. — 232 с.
7. Липовецкий М. Русский постмодернизм : Очерки исторической поэтики / М. Липовецкий. — Екатеринбург : Изд-во Уральского гос. пед. ун-та, 1997. — 317 с.
8. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма / Н. Б. Маньковская. — СПб. : Алетей, 2000. — 347 с.
9. Пятигорский А. Краткие заметки о философском в его отношении к филологическому / А. Пятигорский // Philologica. — 1995. — № 3—4. — С. 127—130.
10. Русский язык конца XX столетия (1985—1995) : сб. научн. ст. / [Е. А. Земская, В. Л. Воронцова, М. Я. Гловинская и др. ; под ред. Е. А. Земской]. — М. : Языки русской культуры, 1999. — 473 с.
11. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры : динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / С. И. Сметанина. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 382 с.
12. Солганик Г. Я. Автор как стилиобразующая категория публицистического текста / Г. Я. Солганик // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. — 2001. — № 3. — С. 74—83.
13. Солганик Г. Я. О новых аспектах изучения языка СМИ / Г. Я. Солганик // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. — 2000. — № 3. — С. 31—38.

*Проблеми онтології
та функціонування дискурсів*

14. Эко У. Заметки на полях «Имени розы» / У. Эко // Эко У. Имя розы ; [пер. с итал.]. — М. : Кн. палата, 1989. — С. 427—467.
15. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко ; [пер. с итал.]. — СПб. : Петрополис, 1998. — 430 с.
16. Эко У. Пять эссе на темы этики / У. Эко ; [пер. с итал.].— СПб. : Симпозиум, 2000. — 159 с.

© Т. Ф. Фильчук, 2009